

POLA INTERAKSI SOSIAL PELANGGAN WARKOP DAENG SIJA

BEVERLY HILLS KOTA MAKASSAR



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Meraih Gelar Sarjana Sosial
Jurusan PMI Konsentrasi Kesejahteraan Sosial
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

AGUNG LAZUARDI

NIM: 50300112010

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UIN ALAUDDIN MAKASSAR

2016

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangann di bawah ini:

Nama : AGUNG LAZUARDI
NIM : 50300112010
Tempat/Tgl. Lahir : Makassar, 8 Juni 1993
Jur/Prodi/Konsentrasi : PMI Kons. Kesejahteraan Sosial
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Mustafa Dg. Bunga, BTN Saumata Indah, Blok D1, No. 12
Judul : Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija Kota
Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, maka gelar yang diperoleh skripsi ini karenanya batal demi hukum.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Samata, Gowa, 25 Maret 2016

Penyusun

AGUNG LAZUARDI
NIM: 50300112010

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakaatuh. Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa melimpahkan berkat dan karuniaNya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kesehatan untuk menyelesaikan skripsi ini, serta salam dan shalawat yang yang senantiasa kita ucapkan kepada Baginda Nabi Muhammad Saw.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi PMI/Konsentrasi Kesejahteraan Sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, penelitian skripsi yang penulis angkat berjudul “Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar”.

Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih untuk kakak tercinta Fadil Nugraha dan Dwi Monika, serta adik tercinta Fiqih Firmansyah yang selalu memberikan semangat kepada penulis. Terima kasih juga yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Syarifuddin Nurdin dan Ibunda Irwanti Said untuk cintanya, dukungan, kesabaran, perhatian, bimbingan dan doanya yang tidak henti-hentinya diberikan dengan tulus kepada penulis.

Terima kasih pula yang sebesar-besarnya kepada Nurmiyanti dan paman tercinta Awaluddin Said yang juga selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Pimpinan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si.
2. Prof. Dr. Mardan, M.Ag., Prof. Dr. H. Lomba Sultan, M.A., Prof. Siti Aisyah, M.A., Ph.D., selaku Wakil Rektor I, II dan III UIN Alauddin Makassar
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M, yang telah memberikan bantuan fasilitas serta bimbingan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Ketua Jurusan PMI. Kons. Kesejahteraan Sosial, Ibunda Dra. St. Aisyah BM, M.Sos.I, yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan.
5. Pembimbing I, Dra. Irwanti Said, M.Pd, yang telah banyak memberikan masukan guna penyempurnaan skripsi ini.
6. Pembimbing II, Nuryadi Kadir, S.Sos., MA, yang selalu memberi motivasi dan masukan guna menyempurnakan skripsi ini.
7. Penguji I, Dr. Syamsuddin AB., M.Pd, dan Penguji II, Drs. Abd. Wahab, M.M yang telah memberikan masukan dan kritikan untuk perbaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seangkatan Jurusan Kesejahteraan Sosial beserta Senior dan Junior yang selalu memberikan semangat.
9. Sahabat-sahabat saya yang khususnya Salman Alfarizi, Akbar Latif, Abdul Rahman, Lukman Syam, dan semua teman seangkatan di Jurusan Kesejahteraan Sosial angkatan 2012 tanpa terkecuali yang selalu memberikan motivasi,

semangat dan do'anya yang selama ini selalu bersama-sama dengan penulis mengarungi pahit manisnya perjalanan selama menjalankan studi di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Banyak hal yang tidak bisa dilupakan selama kebersamaan kita, semoga kalian tetap menjaga solidaritas dan spirit perjuangan “Semua Indah Karena Kalian”.

10. Dan Semua Pihak yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih telah banyak membantu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan mohon maaf dan mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberi suatu manfaat dan referensi kepada semua pihak yang sempat serta membutuhkannya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 25 Maret 2016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R
AGUNG LAZUARDI
NIM: 50300112010

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv-vi
DAFTAR ISI.....	vii-viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Kajian Pustaka / Penelitian Terdahulu.....	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN TEORETIS	
A. Konsep Interaksi Sosial	11
B. Teori Interaksi Simbolik.....	17
C. Pengertian Masyarakat.....	19
D. Komunitas.....	20
E. Gaya Hidup	21
F. Perubahan Sosial dan Modernisasi	26
G. Islam dan Interaksi Sosial	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Waktu dan Lokasi Penelitian	33
B. Pendekatan Penelitian	34
C. Sumber Data	34
D. Metode Pengumpulan Data.....	35
E. Instrumen Penelitian	36
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar	39
B. Perilaku Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar	41
C. Pola Interaksi Sosial Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar	45
D. Dampak Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Implikasi Penelitian	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS



ABSTRAK

NamaPenyusun : Agung Lazuardi
Nim : 50300112010
JudulSkripsi : Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija Kota
Makassar

Skripsi ini adalah penelitian tentang Pola Interaksi Sosial dan dampak positif serta dampak negatif keberadaan warkop yang menjadi sebuah gaya hidup

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode pendekatan kesejahteraan sosial dan sosiologi. Sumber data pada penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, sumber data primer meliputi tujuh informan, diantaranya adalah pengelola warkop dan pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar dan sumber data sekunder adalah berupa wawancara, alat-alat dokumentasi, alat tulis dan *tape recorder*. Hasil penelitian ini menggambarkan tentang pola interaksi sosial pelanggan warkop adalah interaksi yang berbentuk kerjasama, persaingan, pertikaian, akomodasi dan asimilasi yang terjadi pada waktu tertentu, serta masing-masing bentuk interaksi tersebut dapat berupa interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Perilaku Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills adalah membentuk suatu gaya hidup dan komunitas. Secara khusus adalah bersantai dengan meminum kopi sambil nonton lewat *tv cable* yang tersedia, berdiskusi atau ngobrol sambil minum kopi, maupun menggunakan laptop atau gadget sambil minum kopi. Dampak positif warkop adalah sebagai tempat minum kopi bagi penikmat kopi, tempat bersantai, tempat menghilangkan kejenuhan dengan memanfaatkan fasilitas yang ada, tempat makan selayaknya restoran, tempat mengadakan pertemuan dan tempat berdiskusi. Dampak negatifnya adalah kurangnya kesadaran mengatur waktu. Kedua dampak ini rata-rata sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat Makassar.

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberi pemahaman terhadap pembaca khususnya tentang Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar dan juga dampak positif dan negatifnya. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat berguna sebagai referensi untuk pembaca kedepannya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kopi di wilayah Indonesia mulai ditanam pada abad ke-17 untuk diminum oleh kalangan atas orang Belanda. Pada zaman penjajahan tentara Jepang, pihak Jepang mencoba membuka perkebunan kopi di Toraja.

Kini kota Makassar dijejali kehadiran warung kopi (warkop) sejak tahun 2005 silam. Hampir di setiap sudut kota, kawasan pemukiman warga, sampai jalan protokol di kota Makassar. Keberadaan warung kopi di Makassar tumbuh bagai jamur di musim hujan, sehingga kota Makassar ini dijuluki kota seribu warkop.

Tidak ada data persis yang menyebutkan jumlah warkop di kota ini. Namun diperkirakan mencapai hampir 1000 unit. Mulai warkop pinggiran, kelas menengah, sampai menengah atas sering dijadikan masyarakat sebagai tempat berkumpul sambil menyeruput kopi. Meski begitu tidak ada klasifikasi kelas bagi penikmat kopi. Kecuali jika dilihat dari harga secangkir minuman ini.

Warung kopi adalah tempat yang menyediakan kopi dan berbagai jenis minuman lainnya, selain itu warung kopi juga menyediakan berbagai jenis makanan ringan sebagai teman minum kopi. Selain itu warung kopi juga merupakan tempat dimana berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau pun melakukan aktifitas obrolan ringan dan bersenang-senang dengan hiburan yang ada. Selain itu ada juga yang memanfaatkan warung kopi sebagai tempat beristirahat yang nyaman selain di rumah

sendiri, biasanya di siang hari, meskipun dalam perkembangannya kini banyak warung kopi yang tetap terbuka hingga malam hari.¹

Ada beberapa warung kopi terkenal di Makassar, seperti Warkop Phoenam, Warkop Dottoro, Warkop Daeng Anas, Warkop Daeng Sija atau Warkop Hei Hong. Untuk memperoleh bahan baku kopi tidaklah sulit, karena di Sulawesi Selatan terdapat dua daerah penghasil kopi kelas dunia, yakni di Toraja dan di Kalosi.

Warkop Dottoro bisa ditemui di utara Kota Makassar yang dirintis oleh H. Naba, sejak tahun 1960-an. Merek Dottoro diadaptasi dari istilah bahasa Makassar dengan ungkapan “*assauna, dottoro*” yang artinya “sangat enak, dokter”. Kata dottoro (dokter) ini sendiri mempunyai maksud dapat menyembuhkan kaum pria yang merasa jenuh atau suntuk berdiam diri di rumahnya.

Salah satu kerabat H. Naba yang bernama Sahar Daeng Sija, juga telah membuka beberapa warkop. Usaha Sahar Daeng Sija dalam membangun warung kopi awalnya cukup sulit, karena beliau berasal dari keluarga yang kurang mampu. Namun dengan banyaknya kerabat yang mendukung dan bekerja sama, pada akhirnya Sahar Daeng Sija berhasil mendirikan beberapa warkop di Makassar dan beberapa kota lainnya seperti Gowa, Palu, Kolaka, dan sebagainya.

Salah satu kerabat Sahar Daeng Sija yang bekerjasama dengan beliau dalam pengembangan usahanya adalah H. Syarif SH. Kemudian pada akhirnya H. Syarif juga

¹ Lihat Sedyawati Edi. *Budaya Indonesia – Kajian Arkeologi, Seni dan Sejarah*. Rajagrafindo Persada, 2006.

membangun usaha warkop sendiri yang di imitasi dari Warkop Daeng Sija, yaitu Warkop Daeng Sija Beverly Hills yang berada di jalan Antang Raya.

Pada dasarnya semua warkop terbuka untuk semua kalangan, namun suasana dan kenyamanan yang dimiliki tiap warkop berbeda-beda, sehingga beberapa warkop membentuk suatu wadah perkumpulan yang mayoritasnya terkhusus. Misalnya warkop Daeng Anas, merupakan tempat favorit beberapa pejabat setingkat Gubernur dan Walikota beserta para pengikutnya. Selain itu, warkop ini juga sering jadi tempat persinggahan pegawai negeri, karyawan perusahaan swasta atau komunitas jurnalis di Makassar.

Lain halnya dengan Warkop Dottoro dan Warkop Daeng Sija, suasana dan kenyamanan yang dimiliki warkop ini dikenal sangat cocok untuk dinikmati semua kalangan, sehingga para pengunjungnya pun bervariasi, mulai dari remaja, dewasa sampai orang tua dengan berbagai macam profesi.

Saat awal kemunculannya, warung kopi hanya menjadi milik kaum lelaki, membuktikan satu hal, yakni betapa sesungguhnya berkumpul dan ngobrol bukan hanya monopoli kaum perempuan. Warung kopi pun lebih dikenal dengan sebutan “kafe” untuk menggambarkan identitasnya sebagai wadah sosialisasi lewat kopi.

Warung kopi bisa saja dianggap sebagai kafe bagi mereka yang hidup dalam budaya urban perkotaan modern. Meski fungsinya sama, yakni tempat di mana orang bisa minum kopi sambil bercakap-cakap, tetapi kafe berada dalam pemaknaan budaya yang berbeda. Karena itu pemaknaan kulturalnya berbeda dengan warung kopi dalam

masyarakat tradisional. Warung kopi telah menjadi fenomena menarik di sejumlah kota besar seperti Makassar.

Animo pengunjung kedai kopi tidak mutlak muncul oleh rasa dan aroma kopi yang disajikan, tetapi lebih kepada keinginan untuk berinteraksi. Buktinya, sebagian besar kedai kopi yang ada di Indonesia hanya menyediakan minuman kopi berbahan baku kopi robusta. Padahal, bagi para “*penikmat*” kopi sejati, mereka pasti akan mencari warung kopi atau kafe yang menyediakan kopi arabica, karena aroma yang tajam dan rasanya yang khas. Tetapi bagi pengunjung setia warung kopi, tetap mempertahankan atau menjadikan warung kopi sebagai salah satu aktivitas keseharian yang juga memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari.²

Hal ini mempertegas makna ngopi dalam tradisi masyarakat di Indonesia khususnya di Makassar. Aktivitas minum kopi adalah media interaksi antar masyarakat dari berbagai stratifikasi sosial. Fungsi warung kopi mulai bergeser, dari tempat minum menjadi ruang publik milik semua elemen masyarakat, baik sebagai tempat melepas lelah, tempat bercengkrama atau berinteraksi, bahkan termasuk sebagai ruang hiburan.

Bagi masyarakat modern, singgah di warung kopi sudah menjadi keharusan dan kebiasaan. Warung kopi juga sering dijadikan tempat mendiskusikan berbagai macam hal, mulai dari bisnis, politik, bahkan terkadang menjadi wadah curhat bagi para remaja. Kini juga banyak orang yang memilih mengadakan meeting dengan relasi bisnis

² Siregar, L. G. “*Menyingkap Subyektivitas Fenomena*”. Universitas Indonesia: Jakarta, 2005.

ditempat ini, mungkin dengan alasan karena tidak terlalu formal dan cukup representatif sehingga suasana keakraban akan lebih terasa jika dibanding dengan meeting di kantor.

Perkembangan zaman telah membawa manusia dalam tuntutan kebutuhan-kebutuhan baru yang harus terpenuhi, seiring perkembangan kota yang sangat pesat, para pelaku usaha melihat hal ini sebagai peluang bisnis yang cukup baik untuk ditawarkan kepada konsumen.

Kini semakin banyak kreasi kopi mulai dari espresso, latte, cappuccino, macchiato, mocca cafe, dan masih banyak lagi. Mulai dari warung pinggir jalan sampai kafe mahal menyediakan olahan kopi. Kini tidak ada batasan untuk mengonsumsi kopi, mulai dari remaja, dewasa, sampai orang tua tidak bisa jauh dari minuman ini. Semua orang menyukai kopi. Bahkan banyak penelitian yang menemukan bahwa kopi memiliki manfaat selain menghilangkan kantuk, misalnya bisa menghilangkan stres, meminimalisasi resiko terkena serangan jantung dan stroke.³

Kini beberapa warung kopi mulai mengalami perkembangan dari segi suasana dan kemasan menarik agar para pengunjung betah berlama-lama, dengan menyediakan fasilitas *hot spot* yang merupakan akses ke internet, *tv cable* dengan penyediaan berbagai macam saluran televisi dari seluruh dunia, dan *home band* merupakan sekelompok musisi yang berperan untuk menghibur para pengunjung warkop dengan alunan musik dan membuka kesempatan kepada para pengunjung untuk bernyanyi.

³ Muhyiddin. “Komunitas Warung Kopi (KWK) Sebagai Sub-Kultur” Sumber: <http://www.yogyes.com/id/Jogjakarta-tourism-article/coffee-shop-in-Jogjakarta> (Diakses 28 Januari 2016, jam 10.30 AM)

Era masyarakat modern, bahkan hingga memasuki era masyarakat post-modern, bagaimana seseorang menampilkan dirinya di hadapan orang lain, dan bagaimana seseorang membangun identitas di hadapan lingkungan sosialnya dalam banyak hal dipengaruhi oleh gaya hidup dan konstruksi dirinya menyikapi tuntutan masyarakat dan kepentingan yang melatarbelakanginya.

Fenomena menjamurnya warung kopi ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku masyarakat. Fenomena ini pun bisa menjadi sebuah masalah yakni ketika keberadaan warung kopi akan menciptakan kesenjangan di ruang-ruang keluarga untuk memanfaatkan waktu senggang bercengkrama dan mendiskusikan banyak hal dengan keluarga, karena kesempatan untuk itu terkuras oleh kesukaan berkumpul dengan teman-teman di warung kopi.

Beberapa kegiatan yang seharusnya dilakukan di kantor juga berpindah ke warung kopi, demikian pula transaksi yang bersentuhan hukum pun, misalnya jual beli, kontrak kerja sama bisa diatur di warung kopi, bahkan akan menjadi masalah besar apabila warung kopi menjadi tempat menyenangkan untuk sebagai pelarian dari kemalasan atau hanya menghabiskan waktu dengan sia-sia.

Perkembangan arus globalisasi mungkin tidak disadari ini telah berubah menjadi semacam bagian dari budaya yang dikonstruksi sebagai bentuk pelaziman.

Seperti inilah sihir dunia konsumsi dan gaya hidup ketika sebuah komoditas dilekatkan dengan berbagai asosiasi, maka yang muncul adalah romansa, kemewahan dan prestise yang seakan-akan menjadi lazim ketika makin populer dan digemari konsumen

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan penelitian agar jelas ruang lingkup yang akan diteliti. Olehnya itu pada penelitian ini, penulis memfokuskan penelitian pada bentuk interaksi sosial pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar.

2. Deskripsi Fokus

Berdasarkan pada fokus penelitian dari judul di atas, dapat dideskripsikan berdasarkan substansi permasalahan dan substansi pendekatan, dari segi interaksi sosial pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar. Maka penulis memberikan deskripsi fokus sebagai berikut:

- a. Interaksi sosial adalah hubungan-hubungan sosial yang menyangkut hubungan antar individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok.
- b. Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills adalah sekumpulan orang dari berbagai kalangan yang sering mengunjungi Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan bahwa yang menjadi pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana bentuk interaksi sosial pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar”, dari pokok permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar?

2. Bagaimana pola interaksi sosial pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar?

D. Kajian Pustaka / Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pengetahuan peneliti, ada banyak penelitian yang terkait dengan penelitian ini, di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Fidagta Khoirini, 2009. Ekspresi Keberagaman Komunitas Warung Kopi (Analisis Profil Komunitas Warung Kopi Blandongan di Yogyakarta). Penelitian ini terinspirasi dari lahirnya komunitas warung kopi Blandongan di Yogyakarta dan berfokus pada profil komunitasnya yang memiliki kecenderungan norma dan nilai masyarakat modern.
2. Marthin Pangihutan Ompusunggu dan Achmad Helmy Djawahir, Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengerti gambaran gaya hidup dan fenomena perilaku konsumen pada warung kopi di Malang. Fenomena perilaku konsumen warung kopi selalu melakukan aktivitas diskusi, berinteraksi, rapat, karena konsumen warung kopi menganggap bisa merasakan suasana santai tanpa harus dibatasi oleh peraturan. Hal ini berdampak kepada tujuan dan arah pembicaraan yang santai tetapi masih dalam ruang lingkup topik serius. Data yang diperoleh melalui wawancara (secara langsung terhadap informan), dokumentasi, dan observasi. Jumlah informan pada penelitian ini adalah 7 orang informan.

3. Reza Dwiyun Nurazizi. 2013. Coffee Shop Dan Gaya Konsumen Hidup (The Simulacrum analisis oleh Jean Baudrillard P, Tentang Gaya Hidup Ngopi di Excelso). Konsumerisme adalah mesin budaya yang diciptakan untuk mengkonsumsi semua hal dan itu diproduksi oleh kapitalisme maju. Selera, keinginan, ikon, budaya, dan gaya hidup sengaja diciptakan sebagai cara efektif baru untuk mengabadikan hegemoni. Misalnya, di warung kopi memiliki harga kopi identik terjangkau untuk semua lapisan masyarakat melalui citra iklan, bersama dengan berbagai eksterior sekarang disajikan sebagai kopi mahal dengan kemewahan dan gaya hidup.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dalam rangka mengarahkan pelaksanaan penelitian dan mengungkapkan masalah yang dikemukakan pada pembahasan pendahuluan, maka perlu dikemukakan tujuan dan kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh penulis, maka tujuan yang dicapai dalam penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pandangan masyarakat mengenai perkembangan warung kopi di Kota Makassar.
- b. Untuk mengetahui bagaimana bentuk interaksi sosial pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperoleh dalam pelaksanaan penelitian ini terbagi dua antara lain:

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu kesejahteraan sosial.
- 2) Untuk menambah wawasan pemikiran tentang interaksi sosial pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menumbuhkan rasa kebersamaan dan silaturahmi dengan keluarga, tetangga, dan kerabat.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi baru yang dapat memberikan inspirasi.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Konsep Interaksi Sosial

1. Pengertian Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang menyangkut hubungan antar individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Tanpa adanya interaksi sosial maka tidak akan mungkin ada kehidupan bersama. Proses sosial adalah suatu interaksi atau hubungan timbal balik atau saling mempengaruhi antar manusia yang berlangsung sepanjang hidupnya didalam masyarakat.

Interaksi sosial berarti hubungan dinamis antar individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok. Bentuknya seperti kerjasama, persaingan, pertikaian, tolong-menolong dan gotong-royong. Soerjono Soekanto mengatakan interaksi sosial adalah kunci dari seluruh kehidupan sosial, maka tanpa interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi kehidupan bersama.¹

Pengertian tentang interaksi sosial sangat berguna dalam memperhatikan dan mempelajari berbagai masalah masyarakat. Misalnya di Indonesia sendiri membahas mengenai interaksi-interaksi sosial yang berlangsung berbagai suku bangsa, golongan

¹ Lihat Sahrul. “*Sosiologi Islam*”. IAIN PRESS: Medan, 2001, h. 67

agama. Dengan mengetahui dan memahami perihal tersebut dapat menimbulkan atau mempengaruhi bentuk-bentuk interaksi sosial tertentu.²

2. Syarat-syarat Terjadinya Interaksi Sosial

Berbicara mengenai syarat-syarat terjadinya interaksi sosial, maka suatu interaksi sosial tidak akan dapat terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu adanya kontak sosial (*social contact*) dan adanya komunikasi.³

a. Kontak Sosial (*Social Contact*)

Syarat terjadi interaksi sosial yang pertama adalah adanya kontak sosial. Kontak sosial merupakan hubungan sosial yang terjadi baik secara fisik maupun non fisik. Kontak sosial yang terjadi secara fisik yaitu bertemunya individu secara langsung, sedangkan kontak sosial yang terjadi secara non fisik yaitu pada percakapan yang dilakukan tanpa bertemu langsung, misalnya berhubungan melalui media elektronik seperti telepon, radio dan lain sebagainya.

b. Komunikasi

Syarat terjadinya interaksi sosial yang kedua adalah adanya komunikasi. Komunikasi adalah memberikan tafsiran pada perilaku orang lain (yang berwujud pembicaraan, gerak-gerak tubuh maupun sikap), perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Individu yang bersangkutan kemudian memberikan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh individu lain tersebut. Jadi

² Soerjono Soekanto. “*Sosiologi Suatu Pengantar*”. Rajawali Pers: Jakarta, 1990, h. 54

³ Soerjono Soekanto. “*Sosiologi Suatu Pengantar*”. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2003

komunikasi merupakan suatu proses dimana satu sama lainnya saling mengerti maksud atau perasaan masing-masing, tanpa mengerti maksud atau perasaan satu sama lainnya tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi.

3. Bentuk-bentuk Interaksi sosial

Bentuk-bentuk interaksi sosial dapat berupa kerja sama (*cooperation*), persaingan (*competition*), dan bahkan dapat juga berbentuk pertentangan atau pertikaian (*conflict*). Suatu pertikaian mungkin mendapatkan suatu penyelesaian, dimana penyelesaian tersebut hanya akan dapat diterima untuk sementara waktu, yang dinamakan akomodasi (*acomodation*). Ada pula bentuk interaksi yang menyangkut dua kebudayaan bercampur menjadi satu, dalam hal ini dinamakan asimilasi (*assimilation*).⁴

a. Kerja Sama (*Cooperation*)

Kerja sama adalah usaha bersama antar-manusia untuk mencapai tujuan bersama. Dengan kata lain, kerja sama adalah suatu bentuk interaksi sosial individu atau kelompok berusaha saling menolong untuk mencapai tujuan bersama. Kerja sama merupakan proses sosial yang paling banyak terjadi di masyarakat. Masyarakat yang sangat kompetitif pun tidak akan dapat berjalan, jika tidak ada kerja sama di dalamnya. Kerja sama dapat terjadi dengan sendirinya, tanpa disadari oleh pihak-pihak yang bekerja sama.

Contoh, pengendara motor di jalan raya sering tidak menyadari bahwa dirinya tengah bekerja sama dengan pengendara sepeda motor lainnya dengan cara saling

⁴ Lihat Saptono. "Sosiologi.". Phibeta: Jakarta. 2006, h. 72-77

menjaga jarak yang aman serta saling tetap di jalur masing-masing. Di lain pihak, ada juga kerja sama yang dilakukan secara sengaja dan diketahui oleh para pihak yang bekerja sama. Misalnya, kerja sama yang dilakukan penduduk desa dalam membangun rumah ibadah. Setiap bentuk interaksi sosial dapat berpengaruh kepada pribadi dan masyarakat yang bersangkutan.

Kerja sama cenderung memunculkan pribadi yang sensitif pada orang lain, memperhatikan orang lain, merasa aman, tenang, dan kalem serta tidak agresif. Masyarakat yang menjunjung tinggi kerja sama dan menghindari kompetisi dan konflik cenderung tenang dan teratur, dengan sedikit tekanan emosi atau rasa tidak aman, serta relatif rendah tingkat perubahan sosialnya.

b. Persaingan (*Competition*)

Persaingan adalah usaha untuk melakukan sesuatu secara lebih baik dibandingkan orang atau kelompok lain dalam mencapai tujuan. Persaingan hanya akan muncul apabila sesuatu dibutuhkan dan diinginkan oleh dua atau lebih pihak, dan sesuatu tersedia dalam jumlah yang terbatas sehingga tak semua kebutuhan dan keinginan dapat dipenuhi. Kedua hal itu merupakan syarat terjadinya persaingan.

c. Pertikaian (*Conflict*)

Konflik adalah proses di mana orang atau kelompok berusaha memperoleh sesuatu (imbalan tertentu) dengan cara melemahkan atau menghilangkan pesaing atau kompetitor lain, bukan hanya mencoba tampil lebih baik seperti dalam kompetisi. Konflik dapat bersifat terbuka dan menggunakan kekerasan seperti perkelahian,

pengeboman, dan pembakaran, dan dapat juga terjadi secara tersembunyi dengan menggunakan jasa dukun santet, tipu daya, atau pihak ketiga.

d. Akomodasi (*Acomodation*)

Akomodasi adalah proses penyelesaian suatu masalah yang bersifat sementara waktu antara pihak-pihak yang sedang atau mempunyai potensi untuk berkonflik, dalam ini kedua belah pihak belum tentu puas sepenuhnya.

e. Asimilasi (*Assimilation*)

Asimilasi adalah proses peleburan beberapa kebudayaan menjadi satu, sehingga akar konflik yang bersumber pada perbedaan kebudayaan terhapus. Misalnya, keluarga pendatang yang setelah beberapa generasi menyerap budaya penduduk asli, dan sekaligus memberi sedikit unsur budayanya kepada penduduk asli. Jika tidak ada perbedaan ras atau agama yang mencolok, biasanya para pendatang akan terasimilasi secara budaya dan diterima secara sosial.

4. Jenis-jenis Interaksi Sosial

Sebagaimana yang terlihat pada definisi interaksi sosial diatas, interaksi sosial selalu melibatkan dua orang atau lebih. Oleh karena itu, terdapat tiga jenis interaksi sosial, yaitu interaksi antara individu dengan individu, antara kelompok dengan kelompok, dan antara individu dengan kelompok.

a. Interaksi antara Individu dengan Individu

Pada saat dua individu bertemu, walaupun tidak melakukan kegiatan apa-apa, namun sebenarnya interaksi sosial telah terjadi apabila masing-masing pihak sadar akan

adanya pihak lain yang menyebabkan perubahan dalam diri masing-masing. Seperti minyak wangi, bau keringat, bunyi sepatu ketika berjalan, dan hal-hal lain yang bisa mengundang reaksi orang lain. Interaksi jenis ini selain tidak harus konkret seperti telah dijelaskan di atas, juga bisa sangat konkret. Wujudnya antara lain berjabat tangan, saling bercakap-cakap, saling menyapa, dan lain-lain.

b. Interaksi antara Kelompok dengan Kelompok

Interaksi jenis ini terjadi pada kelompok sebagai satu-kesatuan, bukan sebagai pribadi-pribadi anggota kelompok yang bersangkutan. Maksudnya kepentingan individu dalam kelompok merupakan satu-kesatuan yang berhubungan dengan kepentingan individu dalam kelompok lain. Contohnya pertandingan antar tim kesebelasan sepak bola.

c. Interaksi antara Individu dengan Kelompok

Interaksi antara individu dengan kelompok menunjukkan bahwa kepentingan individu berhadapan dengan kepentingan kelompok. Bentuk interaksi ini berbeda-beda sesuai dengan keadaan. Contohnya seorang guru yang mengawasi murid-muridnya yang sedang mengerjakan ujian. Dalam hal ini seorang guru sebagai individu berhubungan dengan murid-muridnya yang berperan sebagai kelompok.⁵

⁵ SS Belajar. “*Pengertian dan Jenis-jenis Interaksi Sosial*” Sumber: <http://www.sselajar.net/2013/05/interaksi-sosial.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 10.45 AM)

B. Teori Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik merupakan salah satu prespektif teori yang baru muncul setelah adanya teori aksi (*action theory*) yang dipelopori dan dikembangkan oleh Max Weber. Teori interaksi simbolik berinduk pada perspektif fenomenologis. Istilah fenomenologis merupakan satu istilah generik yang merujuk pada semua pandangan ilmu sosial yang menganggap kesadaran manusia dan makna obyektifnya sebagai titik sentral untuk memperoleh pengertian atas tindakan manusia dalam sosial masyarakat. Tokoh teori interaksi simbolik diantaranya George Herbert Mend, Herbert Blumer, Wiliam James, Charles Horton Cooley.

Teori interaksi simbolik menyatakan bahwa interaksi sosial adalah interaksi simbol. Manusia berinteraksi dengan yang lain dengan cara menyampaikan simbol yang lain memberi makna atas simbol tersebut. Simbol atau tanda yang diberikan oleh manusia dalam melakukan interaksi mempunyai makna-makna tertentu, sehingga dapat menimbulkan komunikasi atau saling mempengaruhi.

Pada awal perkembangannya, interaksi simbolik lebih menekankan studinya tentang perilaku manusia pada hubungan interpersonal, bukan pada keseluruhan kelompok atau masyarakat.

Proporsi paling mendasar dari interaksi simbolik adalah perilaku dan interaksi manusia itu dapat dibedakan, karena ditampilkan lewat simbol dan maknanya. Mencari makna dibalik yang sensual menjadi penting di dalam interaksi simbolis.

Secara umum, ada enam proporsi yang dipakai dalam konsep interaksi simbolik, yaitu:

1. Perilaku manusia mempunyai makna dibalik yang menggejala.
2. Pemaknaan manusia perlu dicari sumber pada interaksi sosial manusia.
3. Masyarakat merupakan proses yang berkembang holistik, tak terpisah, tidak linear, tidak terduga.
4. Perilaku manusia itu berlaku berdasarkan berdasar penafsiran fenomenologik, yaitu berlangsung atas maksud, pemaknaan, dan tujuan, bukan didasarkan atas proses mekanik dan otomatis.
5. Konsep mental manusia itu berkembang dialektik.
6. Perilaku manusia itu wajar dan konstruktif reaktif.⁶

Adapun prinsip dalam interaksi simbolik, prinsip tersebut terbagi menjadi tujuh bagian, yaitu sebagai berikut.

1. Simbol dan interaksi harus menyatu. Karena itu, tidak cukup seorang peneliti hanya merekam fakta, melainkan harus sampai pada konteks.
2. Karena simbol juga bersifat personal, diperlukan pemahaman tentang jati diri pribadi subyek penelitian.
3. Peneliti sekaligus mengkaitkan antara simbol pribadi dengan komunitas budaya yang mengitarinya.
4. Perlu direkam situasi yang melukiskan simbol.

⁶ Lihat Wirawan I.B. *"Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigm"*. Kencana Prenata Media: Jakarta, 2012

5. Metode perlu merefleksikan bentuk perilaku dan prosesnya.
6. Perlu menangkap makna di balik fenomena.
7. Ketika memasuki lapangan, sekedar mengarahkan pemikiran subyek, akan lebih baik.⁷

C. Pengertian Masyarakat

Masyarakat sering dikelompokkan berdasarkan cara utamanya dalam bermata pencaharian. Pakar ilmu sosial mengidentifikasikan ada masyarakat pemburu, masyarakat pastoral nomadis, masyarakat bercocoktanam, dan masyarakat agrikultural intensif yang juga disebut masyarakat peradaban. Sebagian pakar menganggap masyarakat industri dan pasca-industri sebagai kelompok masyarakat yang terpisah dari masyarakat agrikultural tradisional.

Masyarakat tidak begitu saja muncul seperti sekarang ini, tetapi adanya perkembangan yang dimulai dari masa lampau sampai saat sekarang ini dan terdapat masyarakat yang mewakili masa tersebut.

Masyarakat ini kemudian berkembang mengikuti perkembangan zaman sehingga kemajuan yang dimiliki masyarakat sejalan dengan perubahan yang terjadi secara global, tetapi ada pula masyarakat yang berkembang tidak seperti mengikuti perubahan zaman melainkan berubah sesuai dengan konsep mereka tentang perubahan itu sendiri.

⁷ Lihat Noviardi, Laode Imam Toffani. *“Interaksi Simbolik George Herbert Mead”* 2011

Kata Modern berasal dari bahasa latin yaitu *modo*, yang berarti “cara”, dan *ernus*, yang berarti “masa kini”. Soerjono Soekanto mengansumsikan secara garis besar ciri-ciri masyarakat modern antara lain sebagai berikut.

- a. Bersikap terbuka terhadap pengalaman-pengalaman baru dan penemuan-penemuan baru.
- b. Sikap menerima perubahan setelah menilai kekurangan yang dihadapinya.
- c. Peka terhadap masalah-masalah yang terjadi di lingkungannya.
- d. Berorientasi ke masa kini dan masa yang akan datang.
- e. Menggunakan perencanaan dalam segala tindakannya.
- f. Yakin akan manfaat iptek.
- g. Menghormati hak, kewajiban dan kehormatan pihak lain (HAM).
- h. Tidak mudah menyerah atau pasrah terhadap nasib (selalu berusaha untuk memecahkan masalah).⁸

D. Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa latin, yaitu *communitas* yang berarti "kesamaan". Komunitas (*community*) adalah masyarakat setempat yang mendiami suatu “*space*” atau ruang tertentu.

Komunitas juga dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi

⁸ Soerjono Soekanto. “*Pengertian dan Ciri-ciri Masyarakat Modern*” Sumber: <http://visiuniversal.blogspot.co.id/2015/01/pengertian-ciri-ciri-masyarakat-modern.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 11:00 AM)

pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values.⁹

E. Gaya Hidup

Untuk zaman modernisasi ini tidak asing lagi soal gaya hidup. Gaya hidup dan hidup bergaya adalah dua hal yang berbeda, tetapi saling terkait. Ketika hidup bergaya menjadi pilihan, orientasi, sikap dan nilai, maka “gaya hidup” sebagai bidang kajian budaya dan media menjadi semakin menemukan urgensinya.¹⁰

Gaya hidup dibentuk, diubah, dikembangkan sebagai hasil dari interaksi antara disposisi habitus dengan batas serta berbagai kemungkinan realitas, dengan gaya hidup individu menjaga tindakan-tindakannya dalam batas dan kemungkinan tertentu.

Featherstone berpendapat bahwa gaya hidup dilihat mencakup praktik-praktik, cita rasa dan busana orang sehari-hari individualitas, ekspresi-diri, dan kesadaran diri yang bersifat stilistik dari seseorang.¹¹

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat. Apabila diuraikan lebih luas lagi ke dalam gaya hidup modern, berarti tidak *out of date* tetapi sebaliknya *up to date*.

Gaya hidup individu, yang dicirikan dengan pola perilaku individu, akan memberi dampak pada kesehatan individu dan selanjutnya pada kesehatan orang lain. Dalam

⁹ Kertajaya Hermawan. “*Pengertian Komunitas*” Sumber: <http://definisi-pengertian.blogspot.com/2010/12/pengertian-komunitas.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 11:30 AM)

¹⁰ Subandy Ibrahim, Idy. “*Ectasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*”. Mizan Anggota IKAPI: Bandung, 1997

¹¹ Featherstone, Mike. “*Lifestyle and Consumer Culture*”. Newbury Park. CA: Sage, 1987

“kesehatan” gaya hidup seseorang dapat diubah dengan cara memberdayakan individu agar merubah gaya hidupnya, tetapi merubahnya bukan pada si individu saja, tetapi juga merubah lingkungan sosial dan kondisi kehidupan yang mempengaruhi pola perilakunya.

Harus disadari bahwa tidak ada aturan ketentuan baku tentang gaya hidup yang “sama dan cocok” yang berlaku untuk semua orang. Budaya, pendapatan, struktur keluarga, umur, kemampuan fisik, lingkungan rumah dan lingkungan tempat kerja, menciptakan berbagai “gaya” dan kondisi kehidupan lebih menarik, dapat diterapkan dan diterima.

1. Bentuk-bentuk Gaya Hidup Modern

Ada banyak macam bentuk gaya hidup modern, diantaranya sebagai berikut.¹²

- a. Status sebagai sesuatu yang penting
- b. Mobilitas tinggi
- c. Bercengkrama ditempat-tempat tertentu
- d. *Lunch, golf, dinner*
- e. Pernikahan agung
- f. Wisuda
- g. Gaya hidup instan
- h. Gaya hidup dengan tehnologi komunikasi

¹² Susanto, AB. “*Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*”. Kompas Media Nusantara: Jakarta, 2001

Gaya hidup secara luas adalah sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitar.¹³

Beberapa hal positif yang bisa ditemukan dari perilaku gaya hidup modern, yaitu sebagai berikut.¹⁴

- b. Penghargaan atas waktu
- c. Kerja keras
- d. Persaingan yang sportif
- e. Penghargaan prestasi
- f. Peningkatan produktifitas
- g. Perubahan yang cepat dan terus maju
- h. Keterbukaan terhadap segala sesuatu yang baru yang belum dikenal sebelumnya.

2. Faktor Internal Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.¹⁵

a. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman

¹³ Sustina. *“Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran”*. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2004

¹⁴ Laeyendecker, L. *“Tata, Perubahan, dan Ketimpangan, Suatu Pengantar Sejarah Sosiologi”*. Jakarta: Gramedia, 1983, h. 376-377

¹⁵ Adlin, Alfathri. *“Resistensi Gaya Hidup Teori Dan Realitas”*. Jalasutra: Bandung, 2006

dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

b. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

c. Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep Diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek.

e. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f. Persepsi

Proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia

3. *Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Gaya Hidup*

Faktor eksternal yang mempengaruhi sebuah gaya hidup adalah kelompok referensi, keluarga dan kelas sosial.

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang member pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota

dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan sosial (status) dan peranan.

- 1) Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran.
- 2) Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan dalam kebudayaan. Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.¹⁶

F. Perubahan Sosial dan Modernisasi

1. Perubahan Sosial

Perubahan sosial adalah suatu gerakan perpindahan pada suatu masyarakat di dalam lembaga-lembaga kemasyarakatan, yang mempengaruhi status sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap, pola perilaku di antara kelompok masyarakat.

a. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Sosial

¹⁶ Martono, Nanang. "Sosiologi Perubahan Sosial". Rajawali Pers: Jakarta, 2011

1) Faktor Internal

- a) Bertambah dan berkurangnya penduduk
- b) Penemuan-penemuan baru
- c) Pertentangan-pertentangan dalam masyarakat
- d) Terjadinya pemberontakan atau revolusi didalam tubuh masyarakat itu sendiri.

2) Faktor Eksternal

- a) Sebab-sebab yang berasal dari lingkungan fisik yang ada disekitar manusia.
- b) Peperangan dengan negara lain.
- c) Pengaruh kebudayaan masyarakat lain.

b. Faktor-faktor Yang Mendorong Jalannya Proses Perubahan Sosial

- 1) Kontak dengan kebudayaan lain
- 2) Sistem pendidikan yang maju
- 3) Sikap menghargai hasil karya seseorang dan keinginan untuk maju
- 4) Sistem lapisan masyarakat yang terbuka

c. Faktor-faktor Yang Menghambat Terjadinya Perubahan Sosial

- 1) Kurangnya hubungan dengan masyarakat lain
- 2) Perkembangan ilmu pengetahuan yang lambat
- 3) Sikap masyarakat yang tradisonalistis dan sikap pasrah masyarakat.

2. Modernisasi

Pada dasarnya pengertian modernisasi mencakup suatu transformasi total kehidupan bersama yang tradisional atau pra-modern dalam arti teknologi serta organisasi sosial ke arah pola-pola ekonomis dan politik yang berskala rasionalitas global dan stabil.

Modernisasi merupakan suatu persoalan yang harus dihadapi masyarakat bersangkutan karena meliputi bidang-bidang yang sangat luas menyangkut proses disorganisasi problem-problem sosial, konflik antar kelompok dan lain sebagainya.

Modernisasi menurut Soerjono Soekanto adalah suatu bentuk dari perubahan sosial, yang biasanya berupa perubahan sosial yang terarah dan didasarkan pada suatu perencanaan.¹⁷

Bagi Ferdinand Tönnies, modernisasi adalah tanda bagi hilangnya komunikasi yang disebut dengan istilah “*gemeinschaft*”. Dalam *gemeinschaft* disadari oleh ikatan personal, bentuk ini dapat dijumpai dalam keluarga, kelompok kekerabatan, rukun tetangga dan sebagainya. Penetrasi industrialisasi dalam *gemeinschaft* dapat menekankan fakta, efisien, *specilitation* dan *coot efektifeness* telah menyebabkan hubungan kekerabatan diganti tenaga hubungan yang bersifat impersonal, hubungan impersonal ini tidak berakar dalam dan solidaritas sosialnya sangat lemah komunitas, impersonal ini disebut dengan *gesellschaft*.¹⁸

¹⁷ Soerjono Soekanto. “*Sosiologi Suatu Pengantar*”. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2003

¹⁸ Ferdinand Tönnies. “*Pemikiran Ferdinand Tönnies*” Sumber: <http://sosiatoris.mywapblog.com/pemikiran-ferdinand-tonnies.xhtml> (Diakses 28 Januari 2016, jam 11.40 AM)

Modernitas sebagai hasil perubahan sosial dalam masyarakat memberikan sebuah perspektif baru yakni modernitas sebagai gerak pemikiran (rasionalitas) manusia dalam mendekonstruksi *paradigma cultural, structural* maupun sistem mitos-mitos penalaran manusia dalam nilai-nilai, moral maupun religius, serta kebebasan dalam suatu struktur kelompok menuju kebebasan kepentingan pribadi.

G. Islam dan Interaksi Sosial

1. Pengertian Interaksi Sosial Dalam Islam

Dalam Islam, interaksi sosial disebut dengan istilah *hablum minannaasi* (hubungan sesama manusia), yang pengertiannya juga tidak berbeda dengan pengertian interaksi sosial diatas, yaitu hubungan antar individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok. Contohnya saling sapa, berjabat tangan, silaturrahim, solidaritas sosial, ukhwah (persaudaraan) Islamiah dan lain sebagainya.

Bentuk hubungan yang mencakup populer dalam Islam yaitu silaturrahim, yang artinya hubungan kasih sayang. Silaturrahim sebagai bentuk interaksi sosial banyak dilakukan umat Islam pada kegiatan majlis taklim, menyambut bulan suci Ramadhan, penyambutan tahun baru Islam, hari raya Idul Fitri dan hari raya Idul Adha serta halal bi halal.

Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* mengaitkan antara menyambung silaturrahim dengan keimanan terhadap Allah dan hari akhir. Beliau bersabda:

مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُصِلْ رَحِمَهُ

Terjemahnya

“Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia menyambung silaturahmi.”¹⁹

Istilah yang lebih luas dari interaksi sosial yakni ukhwah Islamiyah. Artinya, persaudaraan yang dijalani sesama muslim. Persaudaraan itu dibagi empat, yaitu:

- a. Ukhwah ‘ubudiyah, yaitu persaudaraan yang didasarkan sama-sama hamba Allah *subhanahu wa ta’ala*.
- b. Ukhwah al-Insaniyah, yaitu persaudaraan yang didasarkan sama-sama manusia sebagai makhluk Allah *subhanahu wa ta’ala* yang bersumber dari seorang ayah dan ibu yaitu nabi Adam dan Siti Hawa.
- c. Ukhwah al-Wathaniyah, yaitu persaudaraan yang didasarkan pada negara dan kebangsaan yang sama.
- d. Ukhwah fin din al-Islam, yaitu persaudaraan yang didasarkan karena persamaan aqidah.

Dasar terbentuknya ukhwah Islamiyah tercantum dalam firman Allah *subhanahu wa ta’ala*, surah al-Hujuraat/10 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

¹⁹ Imam al-Bukhari. Hadits Shahih (No. 6138) dari sahabat Abu Hurairah radhiyallahu anhu.

Terjemahnya:

“Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.”²⁰

Interaksi sosial dalam Islam tidak hanya ditujukan untuk sesama muslim, melainkan juga termasuk untuk non-muslim. Hal ini diterangkan dalam firman Allah *subhanahu wa ta'ala*, surah al-Mumtahanah/8, yang berbunyi:

لَا يَنْهَكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوكُمْ مِّن دِيَارِكُمْ أَن تَبَرُّوهُمْ
وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

Terjemahnya:

“Allah tiada melarang kamu untuk berbuat baik dan berlaku adil terhadap orang-orang yang tiada memerangimu karena agama dan tidak (pula) mengusir kamu dari negerimu. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berlaku adil.”²¹

2. Etika Interaksi Sosial Dalam Islam

Dalam Islam, berinteraksi dengan seseorang atau lebih memiliki beberapa etika (aturan) tersendiri, guna menjaga keharmonisan dan kedamaian yang tidak terputus. Beberapa etika tersebut meliputi.

- d. Mengucap salam ketika bertemu dengan seseorang atau lebih, baik yang ingin ditemui maupun yang tidak sengaja ditemui.

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, h. 836

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, h. 914

- e. Meminta izin apabila hendak menggunakan barang yang bukan milik kita, agar kita tidak meremehkan hak-hak orang lain.
- f. Menghormati yang lebih tua dan menyayangi yang lebih muda.
- g. Bersikap santun dan tidak sombong.
- h. Berbicara dengan perkataan yang sopan. Dalam Islam, perkataan yang hendak diutamakan adalah perkataan yang bermanfaat dengan suara lembut dan dengan gaya yang wajar.
- i. Tidak dibolehkan saling menghina.
- j. Tidak dibolehkan saling membenci dan iri hati. Rasa iri hati akan berdampak dapat berkembang menjadi kebencian yang pada akhirnya mengakibatkan putusnya hubungan.
- k. Mengisi waktu luang dengan kegiatan yang bermanfaat.
- l. Mengajak untuk berbuat kebaikan.²²



²² ESQ Corner. "Etika Pergaulan Dalam Islam" Sumber: <http://aminazra.blogspot.co.id/2014/02/etika-pergaulan-dalam-islam.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 11.50 AM)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena biasanya penulis mengumpulkan data secara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian (Mc. Millian dan Schomacher).¹

Penelitian kualitatif lebih menekankan pada keaslian tidak bertolak dari teori melainkan dari fakta yang sebagaimana adanya di lapangan atau dengan kata lain menekankan pada kenyataan yang benar-benar terjadi pada suatu tempat atau masyarakat tertentu.²

2. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian akan dilakukan mulai dari awal bulan sampai akhir bulan Maret 2016.

3. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian, maka penelitian ini berlokasi di Warkop Daeng Sija Beverly Hills, di Antang Raya Kota Makassar.

¹ Mc. Millian dan Schomater. “*Pengertian-pengertian Kualitatif*” Sumber: <http://www.diaryapipah.com/2012/05/pengertian-pengertian-kualitatif.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 10:25 AM)

² Sugiono. *Metodologi Penelitian Administrasi* (Cet, XIV).:Alfabeta: Jakarta, 2006, h. 16

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini diarahkan pada pengungkapan pola pikir yang digunakan peneliti dalam menganalisis sarannya, dalam ungkapan lain pendekatan ialah disiplin ilmu yang dijadikan acuan dalam menganalisis obyek yang diteliti sesuai dengan logika ilmu. Berdasarkan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, maka pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan sosiologis dan pendekatan komunikasi.

Pendekatan sosiologis dibutuhkan untuk membaca gejala sosial yang sifatnya kecil, pribadi hingga kepada hal-hal yang bersifat besar.

Pendekatan komunikasi merupakan pendekatan yang menekankan bagaimana pendekatan dapat mengungkapkan makna-makna dari konten komunikasi yang ada sehingga hasil-hasil penelitian yang diperoleh berhubungan pemaknaan dari sebuah proses komunikasi yang terjadi.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu: sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer yaitu data yang diperoleh di lapangan bersumber dari informan (pelanggan tetap) atau masyarakat sekitar Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar. Sumber sekunder yaitu dokumen yang bersumber dari buku-buku, hasil-hasil penelitian, media cetak dan buku-buku interaksi sosial dari berbagai sumber.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan sesuatu yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data yang akurat. Adapun metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yang merupakan pengamatan langsung terhadap gejala-gejala interaksi sosial pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar. Teknik observasi ini dilakukan dengan jalan pengamatan dan pencatatan secara langsung, yakni peneliti mengamati objek yang akan di teliti secara sistematis mengenai gejala, fenomena, objek yang akan diteliti.

2. Wawancara

Wawancara, dilakukan dengan mendapatkan data informasi secara langsung dari informan. Selanjutnya peneliti dapat menjabarkan lebih luas informasi tersebut melalui pengolahan data secara *komprehensif*, sehingga hasil dari wawancara tersebut maka peneliti dapat mengetahui bagaimana bentuk interaksi sosial pelanggan warkop Daeng Sija, Kota Makassar.

Menurut Sugiono, anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam penggunaan metode wawancara adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subjek adalah benar dan dapat dipercaya.

- c. Bahwa interpretasi subjek tentunya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan peneliti.³

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian. Dokumentasi dimaksudkan untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara. Dokumentasi merupakan sumber data yang stabil dan menunjukkan suatu fakta yang telah berlangsung. Agar jelas dimana informasi didapatkan maka peneliti mengabadikan dalam bentuk foto-foto dan data yang relevan dengan penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data pada prinsipnya merupakan suatu aktivitas yang bersifat operasional agar tindakannya sesuai dengan fungsi penelitian yang sebenarnya. Data merupakan perwujudan dari beberapa informasi yang sengaja dikaji dan dikumpulkan guna mendeskripsikan suatu interaksi sosial pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills. Oleh karena itu, maka pengumpulan data dibutuhkan beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang cukup valid dan akurat dalam suatu penelitian.

Barometer keberhasilan suatu penelitian tidak terlepas dari suatu instrumen yang digunakan dalam penelitian lapangan, karena itu instrumen yang digunakan dalam penelitian meliputi: daftar pertanyaan penelitian, alat perekam kamera atau voice recorder dan buku catatan.

³ Sugiono. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*”. Alfabeta: Bandung, 2009, h. 138

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola, kategori dan satuan urai dasar.⁴ Tujuan analisis adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diimplementasikan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan *deskriptif kualitatif* yang merupakan suatu proses untuk menggambarkan keadaan sasaran yang sebenarnya, penelitian apa adanya yang didapatkan dari observasi, wawancara maupun dokumentasi.⁵

Dalam menganalisis data ini bukan hanya merupakan kelanjutan dari usaha pengumpulan data yang menjadi objek penelitian, namun juga merupakan suatu kesatuan yang terpisahkan dengan pengumpulan data berawal dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang merupakan upaya berlanjut dan berulang-ulang, data diperoleh di lapangan diolah dengan maksud dapat memberikan informasi yang berguna untuk dianalisis.

Adapun teknik analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum dimulai dari:

1. Analisis selama pengumpulan data, biasanya dilakukan triangulasi. Kegiatan-kegiatan analisis data selama pengumpulan data yaitu: menetapkan fokus penelitian, penyusunan temuan-temuan sementara berdasarkan data yang terkumpul, pembuatan rencana pengumpulan data berikutnya dan penetapan sasaran pengumpulan data.

⁴ Lexy J. Maleong. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” (Cet. 1) Remaja Rosdakarya: Bandung, 2011, h. 103

⁵ Tietiep Rohendi Rohidi. “*Analisis Data Kualitatif*” UI Pres: Jakarta, 1992, h. 15

2. Reduksi data, dalam proses ini peneliti dapat melakukan pemilihan data yang hendak dikode mana yang dibuang dan mana yang merupakan ringkasan cerita-cerita apa yang sedang berkembang.
3. Penyajian data, yakni menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
4. Verifikasi/penarikan kesimpulan, penarikan kesimpulan yang dimaksud adalah sebagian dari suatu kegiatan yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama kegiatan berlangsung dan juga merupakan tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan yang sudah ada.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar

1. Profil Warkop Daeng Sija Beverly Hills

Warkop Daeng Sija Beverly Hills mulai beroperasi pada tahun 2012. Lokasi kompleks warkop ini terletak di Kawasan Jalan Antang Raya Ruko Beverly Hills Nomor 9 Kelurahan Antang Kecamatan Manggal Kota Makassar, dengan luas tanah dan bangunan kurang lebih 1,2 hektar dan berada di pinggir jalan raya, letaknya bersampingan dengan Warkop Marami.

Warkop Daeng Sija Beverly Hills merupakan sebuah usaha kopi yang berdiri sendiri dan di dirikan oleh H. Syarif SH. Nama Daeng Sija adalah nama yang dibeli dari Warkop Daeng Sija yang didirikan oleh Sahar Daeng Sija, dan nama Beverly Hills sendiri merupakan nama kompleks letak Warkop Daeng Sija Beverly Hills ini didirikan.

H. Syarif SH dan Sahar Daeng Sija adalah sepasang kerabat yang sudah lama dikenal cukup dekat satu sama lain. Mereka juga dikenal saling bekerja sama dengan baik dalam pengembangan suatu bisnis, termasuk dalam pengembangan usaha Warkop Daeng Sija, sehingga pada awal perencanaan usaha Warkop Daeng Sija Beverly Hills tidaklah sulit bagi H. Syarif SH.

Warkop Daeng Sija Beverly Hills dibuka setiap hari dan mulai beroperasi pada pukul 07.00 AM sampai dengan 01.00 PM. Jumlah karyawan yang dimiliki saat ini sebanyak 6 orang, 2 orang diantaranya laki-laki dan 4 orang perempuan.

Warkop ini menyediakan kopi yang berbahan baku robusta dan arabica yang didapatkan dari Warung Kopi Daeng Sija. Tidak hanya itu, warkop ini juga menyediakan 26 jenis minuman dan 10 jenis makanan yang siap disajikan untuk para pengunjungnya.

2. Fasilitas Warkop Daeng Sija Beverly Hills

Seiring ketatnya persaingan usaha warkop menuntut para pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam mengembangkan usahanya. Di zaman sekarang ini tidak hanya kopi yang menjadi bahan perhatian utama, sebuah fasilitas juga merupakan hal pokok yang dijadikan para pelaku usaha warkop sebagai alat untuk menarik perhatian masyarakat sehingga dapat betah berlama-lama. Berkaitan dengan hal ini, Warung Kopi Daeng Sija Beverly Hills juga menyediakan fasilitas, diantaranya:

- a. *Wi-Fi HotSpot*, sebuah teknologi jaringan internet tanpa kabel (*online*) yang tersedia secara gratis untuk para pengunjung.
- b. *Tv Cable*, merupakan sistem televisi yang mencakup saluran dari penjuru dunia dan *LCD Proyektor* sebagai alat penyambung tampilan yang lebih besar demi kepuasan pengunjung.

B. *Perilaku Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills*

Dalam pengertian umum, perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Perilaku juga dapat diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi dua bagian, yakni dalam bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit), dan dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit). Perilaku pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills adalah membentuk suatu gaya hidup dan komunitas. Secara khusus adalah bersantai dengan meminum kopi sambil nonton lewat *tv cable* yang tersedia, berdiskusi atau ngobrol sambil minum kopi, maupun menggunakan laptop atau gadget sambil minum kopi.

1. *Pengunjung dan Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills*

Dari segi makna, kata “pengunjung” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan seseorang yang berkunjung dan dipersilahkan untuk menduduki kursi yang telah disediakan. Dan makna kata “pelanggan” menurut Wikipedia adalah seseorang yang terbiasa membeli barang pada suatu toko tertentu.

Mengacu pada makna diatas, dapat disimpulkan bahwa pengunjung Warkop Daeng Sija Beverly Hills adalah seseorang yang berkunjung pada waktu tertentu dengan alasan tertentu, sedangkan pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills adalah seseorang yang sering berkunjung dengan alasan tertentu pula.

Warkop Daeng Sija Beverly Hills dapat menampung lebih dari 60 orang pengunjung, dan total pengunjungnya dalam sehari mencapai sekitar 150 orang, jumlah ini melebihi dari cukup untuk sebuah tolak ukur kesuksesan usaha warkop.

Tentunya dari angka 150 tersebut terdapat beberapa orang yang sudah menjadi pelanggan, hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Tomi bahwa:

“Dalam sehari biasanya total pengunjung kami yang datang kurang lebih 150 orang, dan sekitar 20 orang diantaranya sudah menjadi pelanggan kami”¹

Tomi juga mengatakan bahwa dari 20 pelanggan tersebut diantaranya ada sepasang kerabat perempuan, dan kebanyakan adalah laki-laki penikmat kopi karena setiap kali mereka berkunjung, mereka hanya memesan kopi.

Berdasarkan hasil observasi, pengunjung yang datang berasal dari berbagai kalangan dan profesi, dari remaja hingga orangtua, dari anak sekolah hingga pegawai dan setingkat pejabat, bahkan seorang ibu-ibu juga tak luput menjadi pengunjung di warkop ini.

2. Gaya Hidup Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat disekitarnya. Atau juga, gaya hidup adalah suatu seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau

¹ Tomi (22 tahun), anak dari H. Syarif SH, Wawancara, 15 Maret 2016

negatif bagi yang menjalankannya, tergantung pada bagaimana orang tersebut menjalaninya.

Warung kopi sudah menjadi salah satu bagian gaya hidup masyarakat modern, khususnya masyarakat Makassar, hal tersebut dapat dibuktikan melalui Warkop Daeng Sija Beverly Hills yang setiap harinya dijadikan tempat kunjungan bagi masyarakat Makassar, tiada hari tanpa pengunjung di warkop ini.

Dalam hal ini, penulis mengutip perkataan seorang pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills yang bernama Rudi mengatakan:

“saya kesini untuk menghilangkan rasa jenuh, saya juga biasa memanfaatkan jaringan internet disini untuk menjalani bisnis online saya, kebetulan saya punya bisnis sepatu”.²

Melalui online, Rudi juga mengatakan bahwa ia dapat lebih mudah mencari kenalan-kenalan baru, sehingga dapat membantu perkembangan dan kelancaran bisnisnya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, baik yang berupa wawancara maupun pengamatan, penulis menyimpulkan bahwa gaya hidup pelanggan maupun pengunjung Warkop Daeng Sija adalah dapat dijadikan sebagai:

- a. Tempat minum kopi bagi para penikmat kopi
- b. Tempat bersantai
- c. Tempat menghilangkan kejenuhan dengan memanfaatkan fasilitas yang ada
- d. Tempat makan selayaknya restoran

² Rudi (21 tahun), pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 16 Maret 2016

- e. Tempat mengadakan pertemuan
- f. Tempat berdiskusi
- g. Tempat mengerjakan tugas yang nyaman bagi pelajar

Setelah membaca gaya hidup warkop diatas membuktikan bahwa masyarakat membutuhkan suatu ruang yang khusus, dimana ruang tersebut berfungsi sebagai tempat melepas penat di tengah-tengah kesibukan dan sekaligus dapat melakukan aktifitas yang berguna secara santai.

Dalam kunjungan masyarakat ke Warkop Daeng Sija Beverly Hills ini, penulis melihat sebuah gaya hidup yang khusus dari sudut pandang teknologi, yaitu penggunaan laptop dan *gadget* sebagai alat mengakses internet, hampir setiap orang yang datang membawa alat tersebut sebagai pelengkap untuk nongkrong di warkop ini, padahal tidak sedikit diantaranya hanya bertujuan untuk minum kopi, melepas penat dan berdiskusi yang tidak ada kaitannya dengan teknologi.

3. *Komunitas Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar*

Komunitas dalam warung kopi timbul karena warung kopi merupakan sebuah ruang publik. Ruang publik ditandai oleh tiga hal yaitu responsif, demokratis, dan bermakna. Responsif dalam arti ruang publik adalah ruang yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan dan kepentingan luas. Demokratis, artinya ruang publik dapat digunakan oleh masyarakat umum dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya serta aksesibel bagi berbagai kondisi fisik manusia. Bermakna memiliki arti bahwa ruang publik harus memiliki tautan antara manusia, ruang, dan dunia luas dengan konteks sosial.

Berkaitan dengan hal ini, komunitas dalam Warkop Daeng Sija Beverly Hills pernah diutarakan oleh Angga, bahwa:

“kadang ada beberapa komunitas yang singgah ke di warkop ini, seperti komunitas Kopi Hitam, SWD (Slow Daeng), atau yang lain”.³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Angga, komunitas yang menjadikan warkop ini sebagai kunjungan biasanya hanya untuk sekedar minum kopi sambil ngobrol, berdiskusi lepas, ataupun untuk saling mengenal lebih dekat satu sama lain, tidak ada kegiatan resmi yang dilakukan menyangkut kepentingan komunitas tersebut.

C. Pola Interaksi Sosial Warkop Daeng Sija Beverly Hills

Interaksi yang terjadi berkaitan dengan Warkop Daeng Sija Beverly Hills mencakup semua bentuk interaksi sosial, baik yang berupa kerjasama, persaingan, pertikaian, akomodasi maupun asimilasi dapat ditemui di warkop ini pada waktu-waktu tertentu.

1. Kerjasama

Berdasarkan hasil observasi, kebanyakan pengunjung maupun pelanggan sering melakukan kerjasama antar individu dengan individu. Di waktu-waktu tertentu juga terdapat jenis kerjasama selain itu, sebagai contoh yaitu kerjasama yang dilakukan pendiri Warkop Daeng Sija Beverly Hills dengan masyarakat sekitar menyangkut keamanan, hal ini diungkapkan oleh Tomi yang mengatakan bahwa:

³ Angga (21 tahun), karyawan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 15 Maret 2016

“sejak awal mulanya usaha warkop ini, orangtua saya sudah memulai kerjasama dengan masyarakat sekitar untuk menjaga keamanan warkop ini, termasuk persoalan menjaga kendaraan pengunjung”.⁴

Interaksi yang terjadi menyangkut pernyataan tersebut merupakan jenis interaksi antara individu dengan kelompok, yaitu pengelola warkop sebagai individu dan masyarakat sekitar sebagai suatu kelompok. Perlu diketahui bahwa ada banyak macam kerjasama, antara lain sebagai berikut.

1. Kerjasama spontan adalah kerjasama serta-merta
2. Kerjasama langsung adalah kerjasama yang dilakukan dari hasil perintah atasan atau penguasa.
3. Kerjasama kontak adalah kerjasama atas dasar perintah tertentu.
4. Kerjasama tradisional adalah kerjasama sebagai bagian antara unsur dalam sistem sosial.⁵

Kerjasama pengelola Warkop Daeng Sija Beverly Hills dengan masyarakat sekitar termasuk kerjasama tradisional, karena merupakan bagian unsur dalam sistem sosial, yaitu kelayakan saling membantu sesama tetangga.

Jenis interaksi antara individu dengan kelompok juga termasuk pada kerjasama yang dilakukan pengelola Warkop Daeng Sija Beverly Hills dengan perusahaan-

⁴ Tomi (22 tahun), anak dari H. Syarif SH, *Wawancara*, 15 Maret 2016

⁵ Artikelsiana. “*Bentuk Interaksi Sosial Asosiatif dan Diasosiatif*” Sumber: <http://www.artikelsiana.com/2015/06/bentuk-interaksi-sosial-asosiatif-disosiatif-bentuk.html> (Diakses 17 Maret 2016, 10:10 PM)

perusahaan yang menyangkut kelengkapan warung kopi tersebut, seperti kerjasama dengan perusahaan air mineral, atau semacamnya.

Kerjasama dalam hal politik juga dilakukan antar pengunjung dan pengelola Warkop Daeng Sija Beverly Hills dalam waktu tertentu. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Tomi yang mengatakan bahwa:

“setiap menjelang pilkada atau pemilihan capres, kami biasanya bekerjasama dengan salah satu calon, seperti dengan memasang foto calon atau pamflet di warkop ini”.⁶

Sejumlah kerjasama juga tidak luput dilakukan oleh pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, baik itu kerjasama dalam hal bisnis, politik, maupun kerjasama dalam hal pekerjaan. Sebagaimana pernyataan seorang pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills yang bernama Nurul, mengatakan bahwa:

“kalau saya kesini biasanya sendiri, dan terkadang juga bersama teman kuliah sambil berbicara bisnis, kebetulan saya biasa membantu teman saya berbisnis penjualan baju lewat facebook”.⁷

Di sisi lain, perkataan seorang pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills yang bernama Akbar mengungkapkan bahwa:

“setiap menjelang pilkada atau pemilihan capres, saya biasanya kesini bersama teman-teman membicarakan politik sekaligus mensosialisasikan calon yang saya pegang, saya memang biasa mengambil peran sebagai tim sukses”.⁸

⁶ Tomi (22 tahun), anak dari H. Syarif SH, *Wawancara*, 15 Maret 2016

⁷ Nurul (20 tahun), pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 16 Maret 2016

⁸ Akbar (24 tahun), pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 16 Maret 2016

Hal tersebut sekaligus menggambarkan bahwa setiap menjelang pilkada atau pemilihan capres, Warkop Daeng Sija Beverly Hills adalah salah satu ruang publik yang ramai dikunjungi untuk membicarakan politik.

Sebagaimana waktu menjelang pemilihan gubernur 2013 lalu antara Syahrul Yasin Limpo, Ilham Arief Sirajuddin dan A. Rudiyanto Asapa. Saat itu peneliti sempat berkunjung ke Warkop Daeng Sija Beverly Hills dengan nuansa pembicaraan politik di dalamnya dan foto Syahrul Yasin Limpo menjadi salah satu hiasan dinding di warkop ini.

2. Persaingan

Persaingan antar pengunjung maupun pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills hanya terjadi dalam waktu-waktu tertentu. Sebagaimana penulis mengamati adanya sebuah persaingan antar mahasiswa dalam memecahkan suatu masalah dengan jalan berdiskusi di warkop ini.

Dalam hal ini peneliti juga mengungkap persaingan yang terjadi antar pengelola warkop. Melihat letak Warkop Daeng Sija Beverly Hills yang bersampingan dengan Warkop Marami, sebuah persaingan menjadi hal yang lumrah terjadi dalam menarik perhatian masyarakat. Mulai dari menjaga kebersihan warkop, sampai penyediaan fasilitas merupakan bentuk-bentuk persaingan ini. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Angga:

“tentunya ada bentuk persaingan dengan warkop sebelah, kalau kami disini lebih mengutamakan menjaga kebersihan dan pelayanan yang baik demi kenyamanan pengunjung atau pelanggan kami”.⁹

Diantara Warkop Daeng Sija Beverly Hills dan Warkop Marami, terdapat persamaan bentuk persaingan yaitu sama-sama menyediakan fasilitas *Wi-fi HotSpot* secara gratis, kemudian juga terdapat perbedaan yang jelas selain suasana yang dimilikinya, yaitu penyediaan fasilitas *Tv Cable* yang tersedia di Warkop Daeng Sija Beverly Hills namun tidak tersedia di Warkop Marami dan fasilitas *Live Music* yang tersedia di Warkop Marami namun tidak tersedia di Warkop Daeng Sija Beverly Hills. Hal ini masing-masing dapat menjadi perhatian masyarakat untuk berkunjung, tergantung pada ketertarikan setiap orang.

Angga juga mengungkapkan bahwa pengelola Warkop Daeng Sija Beverly Hills hanya melakukan interaksi dengan pengelola Warkop Marami pada saat awal Warkop Daeng Sija Beverly Hills mulai beroperasi, guna menghindari persaingan yang tidak sehat.

Persaingan terjadi ketika orang perorangan atau kelompok manusia bersaing mencari keuntungan melalui bidang-bidang tertentu, dengan cara menarik perhatian publik tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan. Ada dua macam tipe persaingan, yaitu sebagai berikut.

- a. Persaingan yang bersifat pribadi, yaitu persaingan masing-masing orang secara langsung bersaing.

⁹ Angga (21 tahun), karyawan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 15 Maret 2016

- b. Persaingan yang bersifat kelompok, yaitu persaingan antara kelompok yang satu dengan kelompok lainnya.¹⁰

Persaingan yang terjadi antara Warkop Daeng Sija Beverly Hills dan Warkop Marami merupakan tipe persaingan yang bersifat kelompok, yaitu persaingan antara pengelola dan karyawan Warkop Daeng Sija Beverly Hills dengan pengelola dan karyawan Warkop Marami.

Melihat karyawan perempuan lebih banyak di pekerjaan pada Warkop Daeng Sija Beverly Hills, awalnya peneliti mengira bahwa hal tersebut merupakan salah satu bentuk persaingan menarik perhatian masyarakat, namun setelah melakukan wawancara dengan Tomi berkaitan hal tersebut dan dengan memanfaatkan teori interaksi simbolik, peneliti mengambil kesimpulan, jawaban Tomi adalah benar bahwa karyawan perempuan lebih banyak dipekerjakan karena perempuan lebih ulet bekerja di dapur, lincah membersihkan dan pandai melayani, tidak ada maksud dan tujuan tertentu sebagai bentuk persaingan.

Persaingan juga memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai berikut.

- a. Menyalurkan keinginan-keinginan yang bersifat kompetitif dari orang-perorangan atau kelompok-kelompok manusia.
- b. Sebagai jalan agar kepentingan-kepentingan serta nilai-nilai yang pada suatu masa menjadi pusat perhatian, tersalurkan sebaik-baiknya oleh mereka yang bersaing.

¹⁰ Materi IPS. “*Bentuk dan Fungsi Persaingan Dalam Interaksi Sosial*” Sumber: <http://rangkumanmateriips.blogspot.co.id/2014/10/bentuk-dan-fungsi-persaingan-dalam.html> (Diakses 17 Maret 2016, 10:20 PM)

- c. Sebagai alat untuk mengadakan seleksi atas dasar jenis kelamin dan seleksi sosial, sehingga mendudukan seseorang pada kedudukan dan peranan yang sesuai kemampuannya.
- d. Berfungsi menyaring orang-orang yang memiliki kemampuan tertentu, misalnya politikus, seniman dan pemuka agama.
- e. Mendorong seseorang untuk memiliki kemampuan tertentu, sehingga orang tersebut memiliki kompetensi tersendiri yang berbeda dengan orang lain.

Melihat fungsi persaingan diatas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa fungsi persaingan antar warkop adalah untuk membangun usaha warkop yang sesuai dengan rancangan keinginan pengelola warkop, sebagai pemilihan ruang publik bagi masyarakat dengan suasana yang berbeda, dan untuk mengetahui perbandingan suatu cara mengembangkan usaha warkop yang baik.

3. Pertikaian

Pertentangan atau konflik adalah proses sosial, di mana orang perorang atau kelompok manusia berusaha mencapai tujuannya dengan jalan menentang pihak lawan, dengan menggunakan ancaman atau kekerasan. Dalam pertikaian unsur perasaan memegang peranan penting dalam mempertajam perbedaan-perbedaan yang ada sehingga masing-masing pihak berusaha saling menghancurkan.

Nuansa yang bersahabat dan suasana nyaman yang dimiliki Warkop Daeng Sija Beverly Hills membentuk suatu ruang publik yang jauh dari pertikaian atau konflik. Namun hal ini tidak luput dari pertikaian atau konflik itu sendiri. Suatu ruang publik

yang tampak harmonis dipandang kurang waspada terhadap kriminalitas oleh pihak luar yang berniat buruk seperti geng motor, sehingga Warkop Daeng Sija Beverly Hills pernah menjadi sasaran geng motor itu sendiri sebagai tempat pencurian dengan jalan kekerasan. Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Angga:

“dulu ada sekelompok geng motor yang mencoba serang pengunjung di warkop ini, tapi alhamdulillah tidak ada yang jadi korban berkat bantuan masyarakat sekitar”¹¹

Hal tersebut membuktikan bahwa hubungan dan kerjasama yang baik dengan masyarakat sekitar perlu dijaga, karena selain menambah atau mempererat silaturahmi, pada saat tertentu juga bantuan masyarakat sangat dibutuhkan. Dalam hal ini interaksi yang terjadi merupakan jenis interaksi antara kelompok dengan kelompok, yaitu geng motor sebagai sebuah kelompok, begitu pula dengan masyarakat sekitar.

Berkaitan dengan interaksi pertikaian, Islam telah menjelaskan hal ini dalam surah Ali Imran ayat 159 yang berbunyi:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
مُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

¹¹ Angga (21 tahun), karyawan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, Wawancara, 15 Maret 2016

Terjemahnya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.¹²

Ayat diatas menunjukkan bahwa dalam Islam, suatu pertikaian atau konflik adalah hal yang dilarang. Seorang muslim hendaknya menjadi contoh yang baik dalam menangani suatu masalah sebagaimana yang telah diterangkan dalam ayat tersebut.

4. Akomodasi

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, suatu interaksi akomodasi atau proses penyelesaian sementara suatu masalah antar pengunjung atau pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills tidak jauh beda dengan interaksi persaingan, yaitu hanya terjadi pada waktu tertentu dan dilakukan oleh sekumpulan mahasiswa dengan cara berdiskusi. Seperti yang dikatakan oleh Rudi bahwa:

“kalau ada masalah di kampus, kadang saya mengajak teman-teman kuliah yang bersangkutan untuk mendiskusikan masalah tersebut di warkop ini, dan hasilnya biasa jadi penyelesaian untuk sementara karna selalu ada orang yang dituakan dalam diskusi itu”.¹³

¹² Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, h. 99

¹³ Rudi (21 tahun), pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 17 Maret 2016

Dalam hal ini, diskusi tersebut merupakan jenis interaksi antara individu dengan kelompok, yaitu mahasiswa yang dituakan tersebut sebagai individu dan yang lainnya sebagai suatu kelompok. Adapun tujuan akomodasi adalah sebagai berikut.

- a. Mengurangi pertentangan antara orang perorangan atau kelompok-kelompok manusia sebagai akibat perbedaan paham.
- b. Mencegah meledaknya suatu pertentangan untuk sementara waktu atau secara temporer.
- c. Memungkinkan terwujudnya kerja sama antara kelompok-kelompok sosial yang hidupnya terpisah sebagai akibat faktor-faktor sosial psikologis dan kebudayaan.
- d. Mengusahakan peleburan antara kelompok-kelompok sosial yang terpisah, misalnya lewat perkawinan campuran.

5. Asimilasi

Asimilasi merupakan usaha-usaha untuk menghilangkan perbedaan antar individu atau kelompok-kelompok, dengan kata lain asimilasi adalah proses peleburan dua atau lebih kebudayaan menjadi satu. Proses asimililasi ini juga dapat ditemui di Warkop Daeng Sija Beverly Hills pada waktu tertentu, yang juga terjadi dalam sebuah diskusi yang lebih sering dilakukan oleh sekelompok mahasiswa. Interaksi asimilasi dapat terbentuk apabila terdapat tiga persyaratan berikut:

1. Terdapat sejumlah kelompok yang memiliki kebudayaan berbeda.
2. Terjadi pergaulan antar individu atau kelompok secara intensif dan dalam waktu yang relatif lama.

3. Kebudayaan masing-masing kelompok tersebut saling berubah dan menyesuaikan diri.¹⁴

Sekelompok mahasiswa yang berkumpul dan berdiskusi lepas di Warkop Daeng Sija Berverly Hills rata-rata berasal dari berbagai daerah dengan budaya yang berbeda-beda, sehingga sebuah proses asimiliasi merupakan hal yang sering kali terjadi.

Sebagaimana ungkapan Aswin tentang asimilasi, bahwa:

“kalau saya kesini bersama teman-teman kuliah, pastilah kami sering ngobrol tentang daerah asal masing-masing, karena banyak teman saya berasal dari berbagai daerah”¹⁵

Proses asimilasi juga diterangkan dalam Islam, sebagaimana dalam surah Al-Hujuraat/13 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Terjemahnya:

“Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-

¹⁴ Annisa Avianti. “Perbedaan Akumulasi, Akulturasi, Asimilasi, dan Integrasi” Sumber: <https://annisaavianti.wordpress.com/2010/10/21/perbedaan-akomodasi-akulturasi-asimilasi-dan-integrasi/> (Diakses 17 Maret 2016, 10:40 PM)

¹⁵ Aswin (21 tahun), pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, Wawancara, 17 Maret 2016

suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.¹⁶

Adapun faktor pendorong suatu proses asimilasi adalah sebagai berikut

- a. Sikap toleransi
- b. Kesempatan yang seimbang dalam ekonomi (tiap-tiap individu mendapat kesempatan yang serupa untuk mencapai kedudukan khusus atas dasar kemampuan & jasanya)
- c. Sikap menghargai orang-orang asing dan kebudayaan dimilikinya
- d. Tingkah laku yang terbuka dari golongan penguasa dalam masyarakat
- e. Adanya persamaan pada unsur kebudayaan
- f. Perkawinan campuran (amalgamasi)
- g. Adanya musuh bersama dari luar.¹⁷

Dalam hal ini, peneliti mengambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang lebih cenderung menjadi pendorong proses asimilasi antar mahasiswa yang terjadi di Warkop Daeng Sija Beverly Hills adalah adanya sikap toleransi, sikap menghargai orang-orang asing dan kebudayaan yang dimilikinya, serta adanya persamaan pada unsur kebudayaan.

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, h. 837

¹⁷ Davishare. “*Interaksi Sosial (Pengertian, Syarat, Ciri, Faktor Jenis)*” Sumber: <http://www.davishare.com/2015/01/interaksi-sosial-pengertian-syarat-ciri.html> (Diakses 17 Maret 2016, 10:30 PM)

D. Dampak Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar

Kebiasaan mayoritas masyarakat saat ini, khususnya masyarakat Makassar adalah mencari ruang publik, mencari hiburan, ketenangan dan nuansa yang tidak biasa, dan warkop adalah wadah yang cocok menggambarkan hal ini, sehingga tidak heran apabila usaha persaingan warkop saat ini semakin marak. Hal tersebut memicu pergeseran perilaku masyarakat yang bisa berdampak positif dan negatif, tergantung bagaimana setiap individu menyikapinya.

1. Dampak Positif

Dampak positif atau manfaat warkop yang jadi hasil penelitian ini sangat beragam. Diawali dengan mengutip perkataan seorang pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills yang bernama Niar mengutarakan bahwa:

“saya lebih sering kerja tugas di warkop ini bersama teman saya daripada dirumah, karena disini suasananya lebih nyaman jadi saya bisa lebih fokus menyelesaikan tugas, apalagi ada jaringan internet disini yang mendukung”¹⁸

Hal serupa tentang manfaat Warkop Daeng Sija Beverly Hills juga diutarakan oleh seorang pelanggan yang bernama Aswin mengatakan:

“saya merasa suasana disini lebih bersahabat dibandingkan di rumah, dan biasanya saya menghabiskan waktu disini selama 4 sampai 5 jam, selama itu saya sering mengajak teman saya kesini untuk berdiskusi”¹⁹

¹⁸ Niar (20 tahun), pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 17 Maret 2016

¹⁹ Aswin (21 tahun), pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 17 Maret 2016

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya dalam gaya hidup warkop, hal tersebut sekaligus menggambarkan sebagai bentuk-bentuk dampak positif warkop.

2. Dampak Negatif

Dampak negatif yang timbul dari warkop pada umumnya mengenai kurangnya kesadaran masyarakat mengatur waktu. Dalam hal ini penulis hanya mengutip perkataan Angga, seorang karyawan Warkop Daeng Sija Beverly Hills yang bekerja dibagian kasir dan juga seorang mahasiswa, mengatakan bahwa:

“rata-rata pelanggan betah disini selama 5 sampai 6 jam, seingat saya belum ada pelanggan yang shalat disini kalau sudah masuk waktu shalat, tapi di lantai atas ada disediakan mushollah”²⁰

Hal ini menunjukkan bahwa suasana yang nyaman dalam Warkop Daeng Sija Beverly Hills di dukung dengan fasilitas yang disediakan dapat membuat seseorang betah berlama-lama menikmati nuansa tersebut, dengan kata lain dapat membuat seseorang lupa waktu. Perilaku tersebut menunjukkan sisi lain kehidupan sosial seorang pelanggan, yaitu cenderung kurangnya waktu untuk mempererat hubungan dengan keluarga dan tetangga karena terbiasa menghabiskan 5 sampai 6 jam untuk duduk di warkop, kemudian apabila melihat lokasi mesjid yang jauh dari warkop ini, pernyataan tersebut juga menunjukkan tidak terjaganya waktu untuk beribadah kepada Allah swt.

²⁰ Angga (21 tahun), karyawan Warkop Daeng Sija Beverly Hills, *Wawancara*, 15 Maret 2016

Dalam Islam, seorang muslim hendaknya mengatur waktu antara keluarga dan tetangganya, terutama kepada Allah swt. Hal ini sebagaimana dalam firman Allah swt. yang tertera dalam surah An-Nisa/36 berbunyi:

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ

وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا

مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

Terjemahnya:

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri”²¹



²¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, h. 119

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola interaksi sosial pelanggan warkop adalah interaksi yang berbentuk kerjasama, persaingan, pertikaian, akomodasi dan asimilasi yang terjadi pada waktu tertentu, serta masing-masing bentuk interaksi tersebut dapat berupa interaksi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok.
2. Perilaku Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills adalah membentuk suatu gaya hidup dan komunitas. Secara khusus adalah bersantai dengan meminum kopi sambil nonton lewat *tv cable* yang tersedia, berdiskusi atau ngobrol sambil minum kopi, maupun menggunakan laptop atau gadget sambil minum kopi.
3. Dampak positif warkop adalah sebagai tempat minum kopi bagi penikmat kopi, tempat bersantai, tempat menghilangkan kejenuhan dengan memanfaatkan fasilitas yang ada, tempat makan selayaknya restoran, tempat mengadakan pertemuan dan tempat berdiskusi. Dampak negatifnya adalah kurangnya kesadaran mengatur waktu. Kedua dampak ini rata-rata sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat Makassar.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan pada kesimpulan di atas, terdapat beberapa implikasi penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Berangkat dari judul skripsi yang memiliki arti sangat luas, maka itulah yang terjadi pada hasil penelitian penulis. Penelitian ini tidak terfokus hanya pada satu pokok permasalahan, misalnya hanya pada pola interaksi sosial pelanggan warkop, tetapi perilaku pelanggan warkop, serta dampak positif dan negatif keberadaan warkop.
2. Dengan melihat pola interaksi sosial pelanggan warkop pada penelitian skripsi ini merupakan salah satu cara dalam menyikapi maraknya keberadaan warkop.
3. Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberi pemahaman terhadap pembaca khususnya tentang Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar.
4. Penulis berharap agar penelitian ini dapat berguna sebagai referensi untuk pembaca kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, Alfathri. *"Resistensi Gaya Hidup Teori Dan Realitas"*. Jelasutra: Bandung, 2006
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*,
- Featherstone, Mike. *"Lifestyle and Consumer Culture"*. Newbury Park. CA: Sage, 1987
- Imam al-Bukhari. Hadits Shahih (No. 6138) dari sahabat Abu Hurairah radhiyallahu anhu.
- Laeyendecker, L. *"Tata, Perubahan, dan Ketimpangan, Suatu Pengantar Sejarah Sosiologi"*. Jakarta: Gramedia, 1983, h. 376-377
- Lexy J. Maleong. *"Metodologi Penelitian Kualitatif"* (Cet. 1) Remaja Rosdakarya: Bandung, 2011, h. 103
- Martono, Nanang. *"Sosiologi Perubahan Sosial"*. Rajawali Pers: Jakarta, 2011
- Noviardi, Laode Imam Toffani. *"Interaksi Simbolik George Herbert Mead"* 2011
- Sahrul. *"Sosiologi Islam"*. IAIN PRESS: Medan, 2001, h. 67
- Saptono. *"Sosiologi."*. Phibeta: Jakarta. 2006, h. 72-77
- Sedyawati Edi. *"Budaya Indonesia - Kajian Arkeologi, Seni dan Sejarah"*. Rajagrafindo Persada, 2006
- Siregar, L. G. *"Menyingkap Subyektivitas Fenomena"*. Universitas Indonesia: Jakarta, 2005
- Sugiono. *Metodologi Penelitian Administrasi* (Cet, XIV):Alfabeta: Jakarta, 2006, h. 16
- Sugiono. *"Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif"*. Alfabeta: Bandung, 2009, h. 138
- Soerjono Soekanto. *"Sosiologi Suatu Pengantar"*. Rajawali Pers: Jakarta, 1990, h. 54
- Soerjono Soekanto. *"Sosiologi Suatu Pengantar"*. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2003
- Subandy Ibrahim, Idy. *"Ecstasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia"*. Mizan Anggota IKAPI: Bandung, 1997
- Susanto, AB. *"Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis"*. Kompas Media Nusantara: Jakarta, 2001

- Sustina. *“Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran”*. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2004
- Soerjono Soekanto. *“Sosiologi Suatu Pengantar”*. Raja Grafindo Persada: Jakarta, 2003
- Tietiep Rohendi Rohidi. *“Analisis Data Kualitatif”* UI Pres: Jakarta, 1992, h. 15
- Wirawan I.B. *“Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigm”*. Kencana Prenata Media: Jakarta, 2012

Referensi Online:

- Annisa Avianti. *“Perbedaan Akumulasi, Akulturasi, Asimilasi, dan Integrasi”*
Sumber: <https://annisaavianti.wordpress.com/2010/10/21/perbedaan-akomodasi-akulturasi-asimilasi-dan-integrasi/> (Diakses 17 Maret 2016, 10:40 PM)
- Artikelsiana. *“Bentuk Interaksi Sosial Asosiatif dan Diasosiatif”* Sumber: <http://www.artikelsiana.com/2015/06/bentuk-interaksi-sosial-asosiatif-disosiatif-bentuk.html> (Diakses 17 Maret 2016, 10:10 PM)
- Davishare. *“Interaksi Sosial (Pengertian, Syarat, Ciri, Faktor Jenis)”* Sumber: <http://www.davishare.com/2015/01/interaksi-sosial-pengertian-syarat-ciri.html> (Diakses 17 Maret 2016, 10:30 PM)
- ESQ Corner. *“Etika Pergaulan Dalam Islam”* Sumber: <http://aminazra.blogspot.co.id/2014/02/etika-pergaulan-dalam-islam.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 11.50 AM)
- Ferdinand Tonnies. *“Pemikiran Ferdinand Tonnies”* Sumber: <http://sosiatoris.mywapblog.com/pemikiran-ferdinand-tonnies.xhtml> (Diakses 28 Januari 2016, jam 11.40 AM)
- Kertajaya Hermawan. *“Pengertian Komunitas”* Sumber: <http://definisi-pengertian.blogspot.com/2010/12/pengertian-komunitas.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 11:30 AM)
- Materi IPS. *“Bentuk dan Fungsi Persaingan Dalam Interaksi Sosial”* Sumber: <http://rangkumanmateriips.blogspot.co.id/2014/10/bentuk-dan-fungsi-persaingan-dalam.html> (Diakses 17 Maret 2016, 10:20 PM)
- Mc. Millian dan Schomater. *“Pengertian-pengertian Kualitatif”* Sumber: <http://www.diaryapipah.com/2012/05/pengertian-pengertian-kualitatif.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 10:25 AM)
- Muhyiddin. *“Komunitas Warung Kopi (KWK) Sebagai Sub-Kultur”* Sumber: <http://www.yogyes.com/id/Jogjakarta-tourism-article/coffee-shop-in-Jogjakarta> (Diakses 28 Januari 2016, jam 10.30 AM)

SS Belajar. “*Pengertian dan Jenis-jenis Interaksi Sosial*” Sumber: <http://www.ssbelajar.net/2013/05/interaksi-sosial.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 10.45 AM)

Soerjono Soekanto. “*Pengertian dan Ciri-ciri Masyarakat Modern*” Sumber: <http://visiuniversal.blogspot.co.id/2015/01/pengertian-ciri-ciri-masyarakat-modern.html> (Diakses 28 Januari 2016, jam 11:00 AM)



L

A

M

P

I

R

A

N



DOKUMENTASI WARKOP DAENG SIJA BEVERLY HILLS

KOTA MAKASSAR



**DOKUMENTASI BERSAMA PENGELOLA WARKOP DAENG SIJA
BEVERLY HILLS KOTA MAKASSAR**



**DOKUMENTASI BERSAMA PELANGGAN WARKOP DAENG
SIJA BEVERLY HILLS KOTA MAKASSAR**







PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Agung Lazuardi
NIM : 50300112013
Jurusan : PMI/Kesejahteraan Sosial

Daftar Pertanyaan Untuk Pengelola Warkop

1. Menurut pandangan anda, apa saja jenis kegiatan yang biasa dilakukan para pelanggan di warkop ini?
2. Apakah ada bentuk kerjasama yang Anda lakukan dengan warga sekitar agar usaha warkop ini berjalan dengan baik?
3. Apakah ada bentuk kerjasama yang Anda lakukan dengan pengelola warkop yang lain untuk mendukung jalannya usaha warkop ini?
4. Apakah ada bentuk persaingan dengan warkop yang lain untuk menarik perhatian masyarakat?

Daftar Pertanyaan Untuk Pelanggan Warkop

1. Apa yang membuat Anda tertarik berkunjung di warkop ini?
2. Apakah ada alasan kepentingan tersendiri untuk mengunjungi warkop ini? (misalnya untuk membicarakan bisnis, politik, & lain-lain)
3. Apa saja manfaat yang Anda dapatkan/rasakan saat berkunjung di warkop ini?
4. Biasanya berapa lama waktu Anda nongkrong di warkop ini?
5. Fasilitas apa yang biasa Anda manfaatkan di warkop ini?
6. Apakah Anda biasa berkunjung ke warkop ini seorang diri atau tidak?

SURAT PERNYATAAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama penulis : Agung Lazuardi
Profesi/Status : Mahasiswa UIN Alauddin Makassar
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Kesejahteraan sosial
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : Jl. Mustafa Dg. Bunga

2. Nama Informan :
Profesi/Jabatan :
Umur :
Alamat :

Dengan ini menyatakan, bahwa masing-masing pihak (penulis dan informan), telah mengadakan kesepakatan wawancara dalam rentang waktu yang telah ditetapkan sebelumnya, terhitung tanggal 10 Maret 2016 s/d 10 April 2016, yang disesuaikan dengan kondisi dan ketersediaan waktu informan. Demikian dalam pelaksanaan wawancara, penulis tetap berpedoman pada kaedah wawancara dan panduan wawancara, serta petunjuk teknis lainnya oleh informan.

Makassar,2016

Informan

Penulis

.....
NIP:

Agung Lazuardi
NIM: 50300112010

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Agung Lazuardi yang akrab dipanggil dengan sapaan Agung, lahir di Makassar, pada tanggal 8 Juni 1993. Penulis merupakan anak ke tiga dari empat bersaudara, pasangan dari Syarifuddin Nurdin dan Irwanti Said.



Tahapan pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis dimulai dari pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) Rappocini Makassar dan selesai pada tahun 2006, penulis melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP YP PGRI 3 Makassar dan selesai pada tahun 2009 dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Sungguminasa. Penulis melanjutkan studi di perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada jurusan PMI/Konsentrasi Kesejahteraan Sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan selesai pada tahun 2016.

Selama menjalani perkuliahan penulis pernah dikader dan mengikuti beberapa organisasi diantaranya Radio Syiar FM, Taruna Siaga Bencana (TAGANA) dan pernah menjadi salah satu anggota di Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ). Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial penulis menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija, Kota Makassar”.